



**MINISTERIO DE
EDUCACIÓN PÚBLICA**

**GOBIERNO
DE COSTA RICA**

Despacho Ministerial
Dirección de Prensa y
Relaciones Públicas

Política de Redes Sociales Ministerio de Educación Pública 2025-2029

Dirección de Prensa y Relaciones Públicas



Agosto, 2025



Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
II. MARCO DIAGNÓSTICO DE REFERENCIA	4
2.1. Dimensión Legal	4
2.2. Dimensión Situacional.....	6
III. MARCO PROPOSITIVO DE LA POLÍTICA	9
3.1 Enunciado Central	9
3.2 Objetivo General	9
3.3 Definición de Ejes Estratégicos	9
3.4. Cadena de Resultados	10
IV. MARCO DE ACTIVIDAD Y EVALUACIÓN	12
4.1 Deberes in Vigilando	12
4.2. Operacionalización de Ejes Estratégicos	14
4.3. Plan de Acción	16
Anexos	22
Eje Naturaleza y Diseño de Contenidos.....	22
Anexo 1. Protocolo sobre tipología de mensaje a difundir	22
Anexo 2. protocolo de comportamiento en ciberespacio y de presentación textual, gráfica y oral	26
Eje Interacción Digital con Público	37
Anexo 3. Protocolo sobre participación interactiva.....	37
Anexo 4. Protocolo sobre flujos de respuesta institucional.....	37
Anexo 5. Protocolo sobre formatos de configuración externa	38
Eje Seguridad y Robustez de Plataforma Tecnológica.....	40
Anexo 6. Protocolo sobre previsiones para protección de privacidad de cuentas.....	40
Anexo 7. Protocolo sobre previsiones para protección de datos personales.	44
Eje Sincronía con Estrategia Corporativa de Comunicación	48
Anexo 8. Protocolo sobre monitoreo y realimentación	48
Anexo 9. Protocolo programáticos.....	48
Eje Monitoreo y Gestión de Crisis y Riesgos	50
Anexo 10. Protocolo sobre resolución y comunicación de crisis.	50



I. INTRODUCCIÓN

Antecedentes. Las RRSS se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuales, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos. Lo anterior, ha implicado una revolución importante en el proceso de comunicación, debido al auge e impacto que han generado en la sociedad (*Hütt Herrera, Harold, redes sociales: una nueva herramienta de difusión, Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128 UCR*). Desde esa premisa conclusiva, en este documento se describen aspectos generales que pretenden direccionar un nivel adecuado de transmisión de información de la dinámica del MEP mediante RRSS, contemplando elementos normativos y competentes particulares a su práctica, que provean una estela de trabajo a seguir para unificar la gestión del proceso técnico que la sustenta.

Alcance. Esta política tiene un alcance temporal que comprende el período que va desde el año 2025 al año 2029 de acuerdo con un horizonte de razonabilidad circunscrito a la volatilidad de la tecnología digital; incumbe principalmente a la DPRP, la responsabilidad de su implementación y continuidad, aunque con un radio de influencia que incluye a todas las partes interesadas.

Acrónimos.

- CONAPDIS: Consejo Nacional de Personas con Discapacidad en Costa Rica
- DPRP: Dirección de Prensa y Relaciones Públicas.
- DPyE: Departamento de Programación y Evaluación.
- D.E.: Decreto Ejecutivo
- DRE: Direcciones Regionales de Educación.
- LESCO: Lenguaje de Señas de Costa Rica.
- MEP: Ministerio de Educación Pública
- MIGI: Manual de Identidad Gráfica de la institución
- RRSS: Redes Sociales



II. MARCO DIAGNÓSTICO DE REFERENCIA

2.1. Dimensión Legal

Según lo establece el artículo 2 del D.E. N° 38170-MEP, la DPRP es el órgano técnico responsable de brindar asesoría en materia de información, comunicación y relaciones públicas, así como servir de enlace para tales efectos con los distintos actores que conforman el sistema educativo costarricense; en esa esfera, le corresponde a la DPRP mantener canales de comunicación permanentes (dentro de la cual, las redes sociales representan un canal) con los actores relevantes dentro de tal sistema, monitorear los medios de comunicación, (incluyendo RRSS), en temas relacionados con el sector educación, la gestión institucional y el funcionamiento del Sistema Educativo Costarricense y, finalmente, formular y ejecutar la estrategia en dicha materia, incluyendo el diseño de estrategias diferenciadas para la comunicación de las autoridades superiores con las Instancias Directivas Centrales y Regionales y las comunidades educativas. El marco normativo aplicable a esta política institucional comprende, además:

- Ley General de Control Interno, Contraloría General de la República, N° 8292 de 2002.
- Ley 8968: Ley de Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales.
- Reglamento a la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales. Decreto Ejecutivo N° 37554-JP.
- Manual de lineamiento de uso de recursos informáticos. MEP, 2023
- Legislación de Propiedad Intelectual, sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, de Marcas y Signos Distintivos, Leyes N° 8039, 6683, 7978, así como artículo 47 de Constitución Política

Respecto a la propiedad intelectual de los contenidos publicados en RRSS, la Declaración de derechos y responsabilidades atinentes propugna que:



- **Facebook: “Propiedad Intelectual.** Facebook tiene el compromiso de ayudar a las personas y las organizaciones a proteger sus derechos de propiedad intelectual. En las condiciones del servicio de Facebook se prohíbe la publicación de contenido que vulnere los derechos de propiedad intelectual de otras personas, incluidos los derechos de autor y de marca comercial.

Derechos de autor. Los derechos de autor son los derechos legales que protegen las obras originales (por ejemplo, libros, música, películas y obras de arte). Normalmente, protegen la expresión original, como palabras o imágenes. No protegen hechos ni ideas, aunque sí pueden proteger las palabras o imágenes originales utilizadas para expresar una idea. Los derechos de autor tampoco protegen elementos como nombres, títulos y eslóganes, aunque estos podrían estar amparados por otro derecho legal denominado marca comercial. Obtén información sobre cómo denunciar vulneraciones de derechos de autor.

Marca comercial. Una marca comercial es una palabra, un eslogan, un símbolo o un diseño (como un nombre de marca o un logotipo) que diferencia los productos o servicios que ofrece una persona, un grupo o una empresa de los que ofrecen otros. Normalmente, las leyes sobre marcas comerciales tratan de evitar confusiones entre los consumidores con respecto a quién proporciona un producto o servicio, o está asociado a estos.” (Meta Business Suite, Facebook, 2023).

- **Instagram: Propiedad intelectual.** Instagram tiene el compromiso de ayudar a personas y organizaciones a proteger sus derechos de propiedad intelectual. Las Condiciones de uso de Instagram no permiten publicar contenido que vulnere los derechos de propiedad intelectual de otra persona, incluidos los derechos de autor y de marca comercial.

Derechos de autor. Los derechos de autor son los derechos legales que protegen las obras originales (por ejemplo, libros, música, películas y arte).



Normalmente, los derechos de autor protegen la expresión original, como palabras o imágenes. No protegen hechos ni ideas, aunque sí pueden proteger las palabras o imágenes originales utilizadas para expresar una idea. Los derechos de autor tampoco protegen elementos como nombres, títulos y eslóganes; sin embargo, estos podrían estar amparados por otro derecho legal denominado marca comercial. (Meta Business Suite, Instagram, 2023).

Es indispensable implementar las medidas de prevención y vigilancia eficaces para asegurar que un material generado por el MEP no sea utilizado incorrectamente, mediante publicaciones realizadas, infringiendo el bloque de legalidad aplicable aquí aludido, por violaciones, por ejemplo al Derecho a la privacidad (de no compartir contenidos sin el permiso de su propietario)/el Derecho a la propiedad intelectual (respetar las licencias de uso) y el Derecho al Honor (no insultar, no injuriar, no burlarse).

2.2. Dimensión Situacional

La adopción del uso de RRSS en los procesos de administración pública se conoce como la institucionalización de las redes sociales (Villorde, 2020, p. 380); dicho proceso RRSS en su rol de fuente de datos, se convierten en una oportunidad para robustecer la nueva gestión pública contribuyendo a los objetivos trascendentes de construcción de comunidad y legitimidad, dado que *“constituyen constructos recientes que se refieren a un fenómeno evolutivo que se transforma a gran velocidad y que es heterogéneo (...) con un fuerte impacto no solo en la sociedad, sino también en el sector público, debido a su impacto posible en la transparencia, la participación y la colaboración que las redes traen consigo (Criado et al., 2013)”*.¹

¹ Redes sociales y administración pública: los desafíos y oportunidades de los gobiernos en la era de la comunicación digital Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, núm. 39, pp. 83-107, Universidad Politécnica Salesiana. 2023.



Otros aspectos positivos a su derredor consisten en que, mediante los espacios que dichas redes suministran, facilitan la comunicación e interacción fácil y directa de la administración pública con sus usuarios directos y diferentes actores sociales; asimismo promueven la desintermediación, es decir, *“estas tecnologías generan mayor interacción horizontal entre proveedores y destinatarios de servicios públicos”*, beneficiando así a la administración pública con la inteligencia colectiva del ciudadano. En consecuencia, las administraciones pueden extraer conocimiento e información de las actividades y relaciones generadas por los ciudadanos en las diversas plataformas digitales de las redes sociales (*Mejier y Potjer, 2018*); de esta manera, su uso mejora la eficiencia organizacional, la calidad y la confianza de la administración pública.

La citada institucionalización implica el establecimiento de un conjunto de procedimientos, la alineación de prácticas innovadoras como parte del planteamiento filosófico, así como la integración de estas plataformas digitales en el paradigma tecnológico y los estándares y prácticas de comunicación pública de la organización (*Villorde, 2020 citando Mergel, p. 216*); por lo tanto, la institucionalización debe fundamentarse en un modelo racional y en una adecuada planeación de su implementación. Según la complejidad de la implementación y su relevancia institucional, existen ciertas estrategias para el uso de *RRSS* en la administración pública que pueden considerarse. Algunas administraciones prefieren explotar el potencial de difusión de información de las redes, mientras otras aprovechan para la creación de espacios participativos y colaborativos.

Para *Mergel (2013)* los usos de las redes sociales en la administración pública se tipifican en 3 categorías según su función:

“. Empujar. El uso de redes sociales como canal para la difusión de información para los ciudadanos. La administración está representada en las redes sociales con el objetivo principal de posicionar mensajes, evitando la interacción directa con los ciudadanos.



. *Jalar. Busca información del mismo público, por lo que alienta la participación del usuario en sus redes. Busca interacción a pesar de que es limitada.*

. *Redes. Perseguir la generación de comunicación horizontal y continua, basada en intercambios abiertos con los usuarios.*

Un catálogo de buenas prácticas en el uso de redes sociales en la administración pública requiere considerar ciertos principios básicos:

- *Capacitar y educar a los empleados de la administración pública sobre las leyes y regulaciones a seguir, así como la importancia de utilizar las redes sociales para sus funciones; Esto para que sean conscientes de sus limitaciones y consecuencias en sus acciones.*
- *Publicar una política de preparación de contenido unificada en las redes sociales y que se tenga control sobre ella.*
- *Destaca la importancia de no asociar datos personales con datos organizacionales en las redes sociales.*
- *Crear una estrategia para la supervisión y la verificación del cumplimiento y la actualización de los procesos administrativos realizados en los medios digitales.*

Es decir, conforme al mismo autor, *“las posibilidades de uso de RRSS son un instrumento poderoso para potenciar la mejora de la gestión pública”*²; por ende, en ese contexto, resulta indispensable que el MEP adopte las medidas necesarias que garanticen la optimización en la institucionalización de las RRSS.

² Idem



III. MARCO PROPOSITIVO DE LA POLÍTICA

3.1 Enunciado Central

Esta política en la gestión de RRSS -MEP, es una herramienta de planificación que aspira a visibilizar por un lado la rectoría de la DPRP en ese campo, así como la importancia de abordar, con absoluta diligencia y prudencia, este tema, tratando de preservar la continuidad y preponderancia de la imagen corporativa; complementariamente, se parte de la premisa de que el MEP debe centralizar la administración de la logística digital de su comunicación externa, planteando un mecanismo formal y oficial que deja delineado y plasmado el comportamiento esperado.

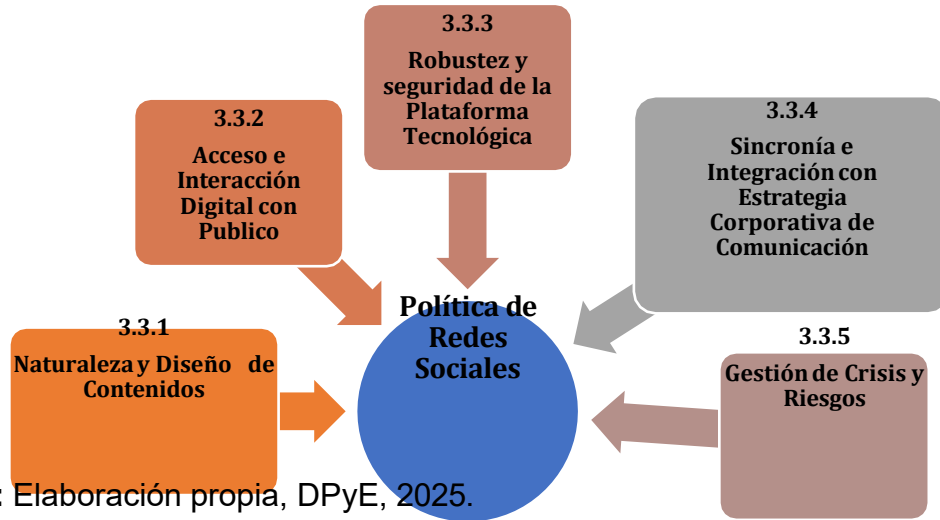
3.2 Objetivo General

*“Orientar el uso de RRSS, dentro de la gama de recursos de divulgación disponibles,
con el propósito de coadyuvar con la gestión de un proceso moderno y efectivo
de comunicación hacia el usuario y la ciudadanía en general.”*

3.3 Definición de Ejes Estratégicos

Los ejes constituyen los pilares trascendentales sobre los cuales se asienta integralmente la Política de RRSS-MEP y se denominan de conformidad con lo ilustrado en el gráfico siguiente.

Imagen 1.



Fuente: Elaboración propia, DPyE, 2025.

3.4. Cadena de Resultados

Tabla 1.

Insumos	Actividades	Producto	Resultados	Impacto
Talento humano especializado	Aprendizaje e internalización sobre la incidencia de las RRSS en la estrategia corporativa de comunicación del MEP	Definición de la Política	Afinamiento de las	Robustecimiento de la
	Ejercicio de labores de cotejo referentes a las soluciones de software y hardware que soportan la plataforma operativa de información de las RRSS.			
	Programación e Implementación de medidas de control administrativo preventivo, concurrente y posterior para facilitar la			
Recursos Financieros				
Recursos tecnológicos				
Marco Regulatorio actualizado y				



aplicable Direccionalidad enunciativa.	identificación y abordaje de riesgos y crisis.	Institucional de la Estrategia de RRSS aprobada por la autoridad superior ministerial e implementada por parte de DPRP.	capacidades rectoras en el ámbito institucional relativas a la generación de <i>insights</i> e interiorización de prácticas modernas y prospectivas, en una faceta clave de la comunicación digital	gobernanza de en materia de Gestión de RRSS a nivel interno
	Interacción fluida y oportuna con la ciudadanía en general mediante espacios virtuales de comunicación, seguros y sanos que susciten confianza y credibilidad.			
	Formulación y Desarrollo de contenidos que vigorizan los objetivos de comunicación en apoyo a la aspiración de logro de valor público del MEP.			

Fuente: Elaboración propia, DPyE, 2025.



IV. MARCO DE ACTIVIDAD Y EVALUACIÓN

4.1 Deberes in Vigilando

El cumplimiento a cabalidad en la aplicación de los aspectos descritos en este documento de política es responsabilidad primigenia de la DPRP, lo que equivale implícitamente a mantener un liderazgo, compromiso y adhesión rigurosa de un comportamiento ético y profesional en la administración de los recursos involucrados, salvaguardando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, así como la percepción de confianza en el MEP por las partes interesadas.

Esta política debe ser revisada, actualizada cada dos años y comunicada anualmente; su instauración debe promover conciencia acerca de que el uso y manejo de RRSS conlleva una serie de responsabilidades para la Administración de la instancia Titular a la que se le han asignado las potestades de su operatividad en virtud de constituir dicha rectoría una función administrativa. Al respecto cabe recordar que:

“(…) la administración pública puede manifestar sus funciones de diversas maneras, en entre otras, por medio de actos administrativos formales, esto quiere decir, expresiones de voluntad dictadas al amparo de un procedimiento administrativo, siendo dicha manera la tradicional y en la que de vieja data en el Derecho Administrativo se enfocó. Sin embargo, del mismo modo también existe otra gama de conductas de la administración, que igualmente podría ser o no expresiones de voluntad y que no necesariamente se dan de manera formal, estas manifestaciones podrían ser incluso no jurídicas. Teniendo clara la diversidad expuesta y sobre la base expansiva actual de las TIC’s, toda actuación de las instituciones públicas por medio de las redes sociales, constituye “función administrativa”.

Dicha función, dependiendo de cada caso, podría ser jurídica o no, legítima o no, pero siempre será una conducta de la administración, lo cual conlleva una serie de implicaciones:

- *Son conductas objeto de control judicial, eso implica que podrían ser impugnadas en los Tribunales de Justicia. Valga señalar que el concepto “función administrativa” viene del artículo 49 de la Constitución Política y el mismo es una figura sumamente amplia y*



dúctil, que tiene como finalidad comprender la pluralidad de conductas de la administración para control de los administrados.

- *Las conductas que emita la administración vía redes sociales alimentan el principio de Confianza Legítima, el cual establece la certeza de los administrados en determinadas acciones de la administración, entiéndase, las dota de seguridad jurídica, por ende, de manera válida, un administrado podrá hacer valer un derecho expresado vía redes sociales de la administración.*
- *Los funcionarios responsables del manejo de las redes sociales e incluso los jefes que se expresen por esa vía, pueden incurrir en responsabilidad personal por lo que digan o expresan en afectación a terceras personas.*
- *Las personas responsables del manejo de estas redes deben respetar la libertad de expresión de los particulares y salvo casos calificados, no podrán bloquear a los usuarios que ejerzan tal derecho en ese contexto.”³*

En virtud de su mención, cabe transcribir el artículo 49 *ejusdem*.

(...) - Establécese la jurisdicción contencioso - administrativa como atribución del Poder Judicial, con el objeto de garantizar la legalidad de la función administrativa del Estado, de sus instituciones y de toda otra entidad de derecho público.

La desviación de poder será motivo de impugnación de los actos administrativos.

La ley protegerá, al menos, los derechos subjetivos y los intereses legítimos de los administrados

(Así reformado por el artículo único de la ley N° 3124 del 25 de junio de 1963)”.

Toda consulta o duda sobre la aplicación de esta política debe canalizarse mediante la dirección electrónica oficial de la DPRP, razón por la cual, el presente documento debe ser de conocimiento y acatamiento para toda la comunidad colaborativa laboral del MEP.

³ Alfaro Calderón, Esteban. [Las redes sociales de las instituciones públicas](#). La República.2021.



4.2. Operacionalización de Ejes Estratégicos

En concordancia con lo establecido supra, la Política RRSS está conformada por un total de 5 ejes los cuales comprenden una serie de acciones sustantivas tendientes a garantizar la efectividad de la implicancia de esos canales de difusión en la Estrategia Corporativa de Comunicación Institucional del MEP; en ese sentido, los 5 ejes estratégicos son el sustrato para la formulación e implementación de todos aquellos lineamientos, directrices, circulares, manuales y otras herramientas indispensables para lograr el resultado.

4.2.1 Conceptualización

- **Naturaleza y diseño de contenidos**

Comprende la construcción esquemática y semántica del sistema de postulados técnico-teóricos propuesto y la pericia expositiva e ilustrativa que la acompaña a la que debe someterse toda información que sea compartida desde las RRSS del Ministerio de Educación Pública.

- **Acceso e interacción digital con público**

Conjunto de directrices que sensibiliza y circunscribe el alcance del entorno relacional e interactivo de los actores involucrados en la dinámica del servicio brindado por el MEP.

- **Seguridad y robustez de la plataforma tecnológica**

Soporte de las soluciones basadas en software y hardware que configuran la infraestructura tecnológica idónea para la captación, transmisión y almacenamiento de la información que circula.

- **Sincronía con Estrategia Corporativa de Comunicación**

Sinergia e Integración coherente y cohesiva de la política de RRSS dentro de la mezcla de acciones fundamentales adoptadas por la institución en materia de generación y oficialización de empleo de canales de divulgación y de prioridades y tipo de información.



- Gestión de Crisis y Riesgos

Proceso de preparación, seguimiento y verificación, mediante mecanismos de realimentación y de reforzamiento administrativo tendientes a proporcionar suficientes señales que permiten identificar y abordar , conscientemente , tendencias favorables y desfavorables así como alertas críticas de vulnerabilidades determinadas en el flujo bidireccional de las RRSS, con el fin de generar una respuesta sistematizada y concurrente para evitar y mitigar daños a la imagen institucional y potencializar la promoción de aspectos de valor .



4.3. Plan de Acción

El plan de acción complementa la Política RRSS proporcionando una línea de seguimiento tendiente a hacer factible la evaluación del avance de logro alcanzado según los parámetros de implementación establecidos para cada producto y resultado definido.

Tabla 2. Naturaleza y diseño de contenidos

EJE	OBJETIVOS	ACCIONES ESTRATEGICAS	METAS	INDICADORES	RESPONSABLE
Naturaleza y diseño de contenidos	Establecer e implementar protocolos que definan y estandaricen la naturaleza y diseño de contenido al que deberá ajustarse la información que se comparta mediante las RRSS del MEP.	Elaboración de protocolos que establezcan las características de forma, contenido y lenguaje que debe utilizarse para la creación de contenido MEP.	Documento finalizado al 1 de diciembre de 2025.	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	DPRP
		Elaboración del protocolo <i>sobre tipología del Mensaje a difundir.</i> (ver anexo 1)	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
		Elaboración de protocolo <i>de comportamiento en ciberespacio y de presentación textual, gráfica y oral.</i> (ver anexo 2)	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
	Impulsar una interacción armoniosa y respetable con el público meta a través de las publicaciones que se realizan en nuestras redes sociales.	Diseñar variedad de formatos audiovisuales y digitales sobre datos o temas de interés nacional para el diverso target que alberga cada una de nuestras redes sociales.	Diseñar 15 formatos aprobados y listos para implementar en las RRSS a partir del 1 febrero de 2026	15 diseños de formatos aprobados y listos para implementar en las RRSS a partir del 1 de febrero de 2026.	



Tabla 3. Acceso e interacción digital con público

EJE	OBJETIVOS	ACCIONES ESTRATEGICAS	METAS	INDICADORES	RESPONSABLE
Acceso e interacción digital con público	Definir e implementar los protocolos y acciones que definan el alcance del entorno relacional e interactivo de los actores involucrados en la dinámica del servicio que brinda la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas.	Elaboración de protocolos que establezcan las formas (netiqueta y otros) con respecto al acceso e interacción digital con el público.	Documento finalizado al 31 de julio de 2026	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	DPRP
		Elaboración de protocolos sobre participación <i>interactiva</i> . (ver anexo 3)	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
		Elaboración de protocolos <i>sobre flujos de respuesta institucional</i> . (ver anexo 4)	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
		Elaboración de protocolos <i>sobre formatos de configuración externa</i> (ver anexo 5).	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
		Capacitación sobre el manejo de información en Redes Sociales a personal encargado en los centros educativos	100 % del personal capacitado en manejo de redes sociales a julio de 2027.	Lista de funcionarios registrados como encargados del manejo de redes sociales del MEP/Lista de funcionarios registrados como encargados del manejo de redes sociales del MEP que participaron de la capacitación	



		Campaña informativa trimestral sobre el uso adecuado de redes sociales en el MEP dirigido al personal encargado en CE.	4 campañas por año a partir de marzo de 2026, hasta el 2029.	recopilación de imágenes y correos electrónicos en donde se divulga la información.
	Divulgar conocimientos de contenidos educativos e informativos generados a nivel institucional a través de materiales audiovisuales y digitales para nuestro target (público meta).	Divulgar videos, afiches y comunicados de prensa, referentes a temas de interés nacional, con respecto a contenidos, datos e información noticiosa, publicitaria, educativa y contenidos en alianza con otras instituciones.	Lograr un alcance mensual superior a los 100 mil usuarios únicos por las divulgaciones realizadas en las redes sociales, a partir del mes de setiembre de 2025.	Screenshot donde se demuestre que se alcanzó la cantidad de 100 usuarios únicos por mes.
			Generar interacción con el contenido superior a los 5 mil usuarios, mensualmente, a partir del mes de setiembre de 2025.	Screenshot donde se demuestre la interacción mediante redes sociales con 5 mil usuarios por mes.



Tabla 4. Seguridad y Robustez Plataforma tecnológica

EJE	OBJETIVOS	ACCIONES ESTRATEGICAS	METAS	INDICADORES	RESPONSABLE
Seguridad y robustez de la plataforma tecnológica	Proteger la infraestructura tecnológica de la DPRP, que permita el intercambio de información segura y eficiente.	Establecer e implementar un proceso de mantenimiento y monitoreo del software y hardware del equipo tecnológico de la DPRP.	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Manual de proceso sobre el proceso de mantenimiento del software y equipo tecnológico de la DPRP.	DPRP
		Elaboración de protocolo sobre <i>previsiones para protección de privacidad de cuentas.</i> (ver anexo 6)	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
		Elaboración de protocolo sobre <i>previsiones para protección de datos personales.</i> (ver anexo 7)	Documento finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	



Tabla 5. Sincronía con estrategia corporativa de comunicación

EJE	OBJETIVOS	ACCIONES ESTRATEGICAS	METAS	INDICADORES	RESPONSABLE
Sincronía con Estrategia Institucional de Comunicación	Coadyuvar a la mejora de los servicios institucionales mediante la participación de las diferentes instancias del MEP y la interacción con el público.	Elaboración de protocolo sobre monitoreo y realimentación. (ver anexo 8)	Finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	DPRP
		Elaboración de un plan de comunicación que incorpore y establezca la participación de las autoridades e instancias institucionales. (ver anexo 9)	Finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
	Potenciar el uso de la plataforma Meta Business Suite (MBS) para la extracción de datos y estadísticas del uso de las redes sociales que administra la DPRP	Elaborar un monitoreo sobre las publicaciones realizadas de acuerdo con los temas o campañas a conocer para la toma de decisiones.	Dar a conocer el alcance, interacción, reproducciones de los materiales a audiovisuales que se publican. Al menos dos veces al año o bien, de acuerdo con solicitudes que lo requieran.	Informe con semestral con los resultados del monitoreo efectuado a las publicaciones efectuadas en las RRSS del MEP.	



Tabla 6. Gestión de crisis y riesgos

EJE	OBJETIVOS	ACCIONES ESTRATEGICAS	METAS	INDICADORES	RESPONSABLE
Gestión de Crisis y Riesgos	Preservar la imagen institucional del Ministerio de Educación Pública como ente rector en educación.	Elaboración y presentación de informes a las instancias que correspondan, en los que se recopile, sistematice y se ofrezca información sobre aspectos relevantes que surjan de la interacción del público en redes las redes sociales (consultas sobre temas específicos, peticiones, quejas, y otros datos de interés) que puedan contribuir a mejorar los servicios que se brindan en la institución.	De forma semestral iniciando en julio de 2026.	Carpeta en la que se recopilen y resguarden los informes presentados	DPRP
		Elaboración de protocolo sobre resolución y comunicación de crisis (ver anexo 10)	Finalizado al 1 de setiembre de 2025	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	
	Gestionar correctamente el uso de las plataformas de RRSS para el flujo de la datos e información de interés al público.	Divulgar información “aprobada” por las dependencias, jefaturas o entes a cargo de los datos que se cuelgan en las RRSS.	Protocolo de procesos que permitan revertir la solicitud de divulgación, vía correo para el respaldo y con la inmediatez que se haga vía teléfono.	Documento que contenga el protocolo, finalizado, y aprobado por las autoridades que correspondan.	



Anexos

Pautas Prácticas Asociadas a cada Eje.

Este apartado desglosa los lineamientos de acción que proporcionan la identidad orgánica de cada eje, mediante pautas operativas que procuran delimitar y unificar su funcionamiento clave asociado a la observancia y cumplimiento de las mejores prácticas generalmente aceptadas.

Eje Naturaleza y Diseño de Contenidos

Anexo 1. Protocolo sobre tipología de mensaje a difundir.

Noticiosos: Relatos sobre contenidos de interés público de índole noticioso en formato de comunicados de prensa y elaborados exclusivamente por la DPRP. Características:

- Formato definido para los comunicados de prensa (obedece a una numeración que permitirá identificar los comunicados)
- Redacción acorde con la estructura de pirámide invertida (según la cual el primer párrafo integra una síntesis de los datos más relevantes de la noticia).
- Inclusión de respuesta a las preguntas que, según la escuela periodística norteamericana responden a las 5 W: ¿Qué ha sucedido? (*What*), ¿Quiénes son sus protagonistas o a quiénes afecta? (*Who*), ¿Dónde ha sucedido? (*Where*); ¿Cuándo ha sucedido? (*When*) y ¿por qué ha sucedido? (*Why*).
- Integración de declaraciones oficiales por parte de los funcionarios involucrados en la noticia.
- Integración de datos cuantitativos y cualitativos verificados.

Dentro de esta categoría se puede incluir otros roles: como de medio de comunicación para *Rendición de cuentas* sobre el accionar del MEP, y la difusión de documentación oficial; este rol será de gran relevancia para las organizaciones aliadas de la institución; asimismo como un canal para *Escuchar opiniones*, a partir del que se nutran elementos para asegurar la mejora continua del sistema educativo por medio de procesos de evaluación y la gestión orientada a resultados.



Publicitarios. Aquellas comunicaciones cuyos contenidos se desarrollen para cumplir objetivos, como los siguientes:

- Campañas para dar a conocer un proyecto o iniciativa. Los contenidos que busquen el incremento de participación en determinada actividad o iniciativa, incluyendo las campañas de *Engagement*. Este término se usa para hacer referencia al compromiso, la interacción y el seguimiento que busca establecer una página con sus audiencias, logrando que una marca o institución se convierta en fuente contenido favorito para una persona. Entre algunas campañas de divulgación, incorporando las tecnologías de información y comunicación, están las de temas relacionados con obligaciones funcionales que el artículo 111 DE N° 38170-MEP le encomienda al Departamento de Convivencia Estudiantil de la Dirección de Vida Estudiantil, para:
 - Promoción de programas, proyectos y estrategias de prevención de la violencia el fomento de una cultura de paz.
 - Promoción de programas, proyectos y estrategias que fortalezcan las competencias ciudadanas, la participación estudiantil.
 - Prevención del consumo y tráfico de drogas.
 - Promoción de prácticas de vida saludable.
 - Educación integral de la sexualidad.
 - Educación ambiental para el desarrollo sostenible.
- Mejorar la imagen del MEP y sus dependencias. El contenido responde a una estructura de campaña publicitaria, la cual puede involucrar *información nueva* que promueva el desarrollo de la comunidad educativa en áreas como servicios, proyectos o iniciativas asociadas al MEP, herramientas tecnológicas y recursos digitales, siguiendo un plan de comunicación preestablecido que cuente con al menos los siguientes elementos:
 - La definición de una identidad gráfica
 - Identificación de la audiencia
 - Definición de objetivo de la campaña
 - Definición de tiempos de publicación ideales
 - Generación del contenido



- Generación de llamados a la acción (Dar un *like*, seguir una página, dejar un comentario, postear una fotografía, entre otras)
- Hashtags
- Medición de desempeño y optimizaciones

Educativos. Aquellos contenidos que promueven conocimientos, habilidades o destrezas en su público meta a través de herramientas digitales que permitan a la persona usuaria gestionar sus propios procesos de generación de conocimiento; en ese sentido, cumplen con el objetivo de apoyar la creación de comunidades de aprendizaje, es decir, grupos temáticos de individuos con una finalidad educativa. Dentro de estos contenidos educativos se puede incluir toda la *dinámica de lo que pasa en el aula* con el fin de potenciar el conocimiento sobre las prácticas exitosas que tienen lugar en los centros educativos, de forma tal que se proyecte una visión de sistema que considera los distintos contextos sociales y las diferentes realidades, dentro de lo que también se encuentra:

- Los insumos tecnológicos que promuevan la autogestión del aprendizaje estudiantil.
- La difusión de herramientas tecnológicas que apoyen la labor docente.
- Las herramientas que potencien el desarrollo continuo de la profesión docente.
- La difusión de los derechos humanos y los deberes ciudadanos como un compromiso para hacer efectivos esos mismos derechos y deberes desde el sistema educativo.
- El contenido asociado a las efemérides y fechas descritas en el Calendario Escolar:

Enero:
31: Día Nacional de la Poesía/24, Día Internacional de la Educación
Febrero:
11: Día Internacional de las Mujeres y las Niñas en la Ciencia. 21: Día de la Batalla de Coto/21 de febrero: Día internacional de la lengua materna
Marzo:
3: Día Nacional de la Audición/8: Declaratoria Benemérita de la Patria: Francisca “Pancha” Carrasco Jiménez. 8: Día Internacional de la Mujer/8: Día Nacional de la servidora de comedores estudiantiles 20: Batalla de Santa Rosa/20: Celebración de la Francofonía 21: Día Mundial del Síndrome de Down/21: Día Internacional contra la Discriminación/21: Día Mundial del Agua
Abril:
2: Día Internacional del Libro Infantil/2: Día Mundial de la Concientización del Autismo



6: Día Internacional del Deporte para el Desarrollo y La Paz/7: Día Mundial de la Salud 10: Día de la Batalla de Sardinal/11: Día de la Batalla de Rivas
15: Día Mundial del Arte/19: Día del Aborigen
22: Día de la Tierra/23: Día Mundial del Libro y del derecho de autor 23: Día Mundial del Cooperativismo/29: Día Internacional de la Danza
Tercera semana: Semana Nacional del Cooperativismo/Tercera semana: Semana de la vacunación de las Américas

Mayo:

1: Día de la Trabajadora y el Trabajador/1: Celebración del Tratado Echandi – Montero 2: Día Mundial de la Lucha contra el Bullying/7: Día Nacional del Calipso
12: Día de la Alimentación Saludable/15: Día del Agricultor
17: Día Nacional contra la Homofobia, Lesbofobia y Transfobia/20: Día de la persona Conserje 26: Día Nacional de la persona Chiricana/27: Día Internacional de la Educación Artística
28: Día Internacional del Juego/29: Día Nacional de las personas con discapacidad y entrada en vigor de la Ley 7600
31: Día Mundial contra el fumado/Segunda semana: Semana Nacional de las Familia Tercera semana: Semana de la Nutrición

Junio:

11: Día de creación de la música del Himno Nacional/12: Día Mundial contra el trabajo infantil 3° viernes: Día Nacional del Estudiante/3° domingo: Día del Padre
15: Día Nacional del Árbol/20: Día de la persona refugiada
21: Fiesta de la Música/26: Día Internacional de prevención de drogas
27: Día Internacional Sordoceguera/Primera semana: Semana Nacional Educación Religiosa
Primera semana: Semana Recursos Naturales /Segunda semana: Semana Nacional de la Salud Mental Tercera semana: Semana Nacional de la Seguridad Vial/Tercera semana: Semana Nacional de Orientación
Cuarta semana: Semana de la salud bucodental/Cuarta semana: Semana de la prevención de los fenómenos de las drogas en los centros educativos

Julio:

4: Celebración del Día de Pablo Presbere/24: Día de la Guanacastequidad
25: Anexión del Partido de Nicoya a Costa Rica/29: Día del agente de seguridad y vigilancia del MEP

Agosto:

1: Día Nacional de la Ciencia y la Tecnología/4: Día del Trabajador Bananero 7: Día de la paz firme y duradera/8: Día Nacional de Juntas
9: Día Internacional pueblos indígenas del mundo/10: Día Nacional contra el embarazo adolescente 12: Día internacional de la juventud/15: Día de la madre
17: Conmemoración del Nacimiento de Marcus Garvey/ 17: Día del peatón
20: Día del Artista Nacional/ 24: Día de los Parques Nacionales de Costa Rica
31: Día de la persona negra y la cultura afrocostarricense/ 31: Celebración Fundación de la República. Primera semana: Semana Mundial de la Lactancia Materna/Última semana: Semana de la Integración Familia

Setiembre:

8: Día Mundial de la alfabetización/9: Día de la Niñez Costarricense
10: Nacimiento del coronel Nicolás Aguilar Murillo/10: Día Internacional para la prevención del suicidio 14: Desfile de Faroles/15: Día de la Independencia de Costa Rica
21: Día Internacional de la Paz/Segunda semana: Semana Nacional de la Biblia Semana del 15 de setiembre: Semana cívica/ Última semana: Semana Morista Última semana: Semana de la educación y la cultura tributaria



Octubre:

1: Día Internacional de las personas adultas mayores/2: Día Internacional de la No Violencia 5: Día Mundial de las personas Docentes/10: Día mundial de la salud mental
11: Día Internacional de la Niñez/12: Día de las Culturas
15: Día mundial del lavado de manos/ 16: Día mundial de la alimentación
29: Aniversario de la firma y juramentación de la independencia patria/31: Día nacional de la Mascarada costarricense
31: Día nacional del ahorro/Primer lunes: Día Mundial del Hábitat
Primera semana: Semana de la integración de las personas adultas mayores

Noviembre:

7: Día de la democracia costarricense/10: Día de la escuela costarricense
12: Día del pabellón nacional/Tercer viernes: Conmemoración del Día de la confraternidad 20: Día mundial de la infancia/22: Día del maestro y la maestra costarricense
25: Día Internacional por la No Violencia contra las Mujeres/30: Día de la marimba Segunda semana: Semana Nacional de los Derechos de las personas con discapacidad

Diciembre:

1: Día de abolición del ejército/3: Día internacional de las personas con discapacidad 10: Día internacional de los Derechos Humanos/18: Día nacional del migrante
22: Batalla de la Trinidad/25: Navidad
Semana salida a vacaciones: Mensaje de fin de año/Semana de Regreso de vacaciones: Mensaje de año nuevo.

Publicación de contenido de otras instituciones. La DPRP es el órgano encargado de revisar, analizar y autorizar la publicación de contenidos externos elaborados por otras instituciones o aliados, preferiblemente, amparadas en convenios de cooperación con esta institución o se trate de un proyecto de la entidad en la cual participe el MEP. En tales casos, la DPRP solicitará la incorporación del logo MEP en los materiales a divulgar, según lo definido por el MIGI.

Anexo 2. protocolo de comportamiento en ciberespacio y de presentación textual, gráfica y oral.

Netiqueta en la institución. Es la etiqueta aplicada en la red. Describe la forma de comportamiento en el ciberespacio, lo cual incluye el correo electrónico, las salas de chat, la mensajería instantánea, las publicaciones en las redes sociales, los foros, los mensajes de texto, etc.⁴.El conocer las normas de comportamiento aceptadas por la sociedad cibernauta organizacional ayuda a generar escenarios más sanos de comunicación y hace más fácil la

⁴ De la O cordero , Dyalá. Las normas de etiqueta en los medios electrónicos. Instituto Tecnológico de Costa Rica. 2011.



convivencia en la red; de igual forma, convierte las personas en mejores profesionales, habla muy bien de la formación recibida, de las relaciones laborales que se pueden tener, y todo esto influye directamente en los ambientes de trabajo⁵. Una Guía sobre la netiqueta⁶ implicaría atender las siguientes cuestiones:

- Amabilidad: Responder a los comentarios/Respetar otras culturas/Ser pacífico/No insultar/No atacar/Tolerancia ante los errores ajenos/ Buena ortografía y gramática/Decir gracias, disculpas, por favor, adiós.
- Respetar el tiempo ajeno: *No fakes* / No spam / Evitar cursivas y mayúsculas/Evitar localismos, siglas y SMS/Evitar archivos pesados/Mensajes claros y cortos
- En publicaciones subidas a redes sociales, foros y chats: No etiquetar a otros sin su permiso/Una bio para identificarse/Empleo coherente de #hashtags y emoticonos/Ser pacíficos, no fomentar la violencia verbal/Enlaces acortados y que funcionen/Otorgamiento de crédito a las personas creadoras del contenido: el citar y enlazar fuentes es una condición obligatoria si el arte o texto no fue elaborado por el MEP /No mentir, no compartir *fake news*/ Insertar el logo MEP, el logo del Gobierno de la República y de las instancias involucradas, cuando corresponda, (el hecho de indicar en una obra la autoría de una institución constituye una evidencia válida de la misma),ajustando los detalles a lo instituido en el MIGI.
- Correo electrónico. Título corto que resuma el asunto/Respuesta rápida y certera/Revisar antes de enviar/En correos masivos emplear CCO/Contactar con la persona adecuada/Estilos (negrita, subrayado, resaltado) para facilitar la comprensión/No spam/No participar en cadenas de mails/Mensaje breve, con asunto saludo, texto, despedida y firma.
- Mensajería móvil y Videoconferencias. Respetar horarios/Buena ortografía y gramática/No compartir sin permiso/Decir Hola, por favor y gracias/Mensajes claros, cortos/No saturar con fotos, memes o mensajes/No abusar del chat/Levantar

⁵ Idem

⁶ Anagramas rumbos sentidos común. vol.21 no.42 Medellín Jan./June 2023 Epub Feb 14, 2023.



virtualmente la mano para no interrumpir/Vestimenta, iluminación y entorno apropiados/Evitar ruido ambiente/Ser puntual y conocer la herramienta

Enlace de los contenidos. Incluir enlaces a contenidos, para ampliar la información compartida, siempre y cuando su procedencia pertenezca a una fuente confiable y su publicación no trasgreda las políticas de privacidad de la cuenta que publicó originalmente el mensaje.

Sobre el lenguaje inclusivo, en textos escritos. Deben atenderse las siguientes cuestiones:

- Evitar el masculino genérico. Usar términos que designan a varones y que también podrían designar a varones y mujeres. La arroba (@) no es la solución en los textos en formato digital pues los lectores para personas no videntes reproducen el término literalmente y no se interpreta el desdoblamiento de la palabra para ambos géneros.
- Utilizar el desdoblamiento con moderación para evitar la sobrecarga del texto. Es importante el uso del desdoblamiento en aquellos casos en los que sea importante la visibilización de las mujeres, por ejemplo, en ofertas de empleo, una actividad dirigida a menores, actividades tecnológicas o cuando el tema se refiera a personas usuarias. En esos casos, se incluye el femenino en primer lugar.
- Hacer referencia en la mayoría de los casos a sustantivos colectivos y abstractos que le permitan evitar el desdoblamiento, pero además que no invisibilizan a las mujeres.

Por ejemplo:

- Personas estudiantes (en lugar de las estudiantes y los estudiantes)
- El estudiantado
- El profesorado
- La ciudadanía
- El colectivo
- El empresariado
- La familia (en lugar de padres de familia)
- El personal: El personal docente, personal técnico, personal investigador (En lugar de: el docente, el técnico, el investigador)
- El público



- Utilizar referencias a la dependencia en lugar de al cargo: La dirección (en lugar de: el director)
- Uso de sustantivos invariables. Sustantivos sin flexión de género, es decir que no cambian para referirse al género masculino o femenino; no obstante, se puede incurrir en el riesgo de usarlos de forma sexista al interponer un artículo solamente en su forma masculina. Para evitar este error, se puede:
 - Evitar el artículo (Actividad dirigida a estudiantes de secundaria).
 - Utilizar determinantes sin marca de género: Cada, cualquier, cualquiera (Cada responsable deberá, Cualquier estudiante podrá elegir).
 - Duplicar el artículo (Los y las estudiantes podrán...)
 - Utilice pronombres sin marca de género. Por ejemplo: Quien – Quienes/ Cualquier – Cualquiera
 - Utilizar el relativo “que” para evitar utilizar el participio en masculino, p.ej Estudiantes que se han inscrito (en lugar de estudiantes inscritos)
 - Evitar la personalización de las comunicaciones, p.ej. Destinado a (en lugar de destinatario) /Queremos darles nuestra bienvenida (en lugar de bienvenidos)

Sobre el lenguaje inclusivo, en las intervenciones orales. Deben atenderse las siguientes cuestiones:

- Desdoblamiento inicial para dirigirse al público; en las siguientes intervenciones se pueden utilizar variaciones para evitarlo.
- Identificar los sustantivos invariables que apliquen para el público al cual se dirige la comunicación
- Utilizar el femenino para dirigirse al grupo, si la comunicación está dirigida solamente - o en su mayoría- a mujeres.
- Realizar los cierres de las comunicaciones aplicando también el desdoblamiento, p.ej Muchas gracias a todas y todos.

En el uso de audiovisuales hay que tener en cuenta que las imágenes cobran tal importancia, que, aun cuando un texto está escrito correctamente utilizando un lenguaje inclusivo, tendrá poco efecto si va acompañado de imágenes estereotipadas, por lo que idealmente se debe:



- Visibilizar a las mujeres en las imágenes (Mostrar equipos de trabajo mixtos, distribuyendo de forma equilibrada la cantidad de mujeres y hombres en las representaciones gráficas)
- Si en una fotografía hay una presencia desequilibrada de mujeres, situarlas en posiciones centrales, p. ej:



- Visibilizar a las mujeres y niñas utilizando la tecnología y en roles de trabajo asociados con las TICs.
- Visibilizar la participación de las mujeres en roles no tradicionales o tradicionalmente con mayor representación masculina. Por ejemplo, el sector construcción.



- Si hay hombres y mujeres en la foto, incorporar imágenes que muestren que las actividades de la mujer y del hombre tienen un valor similar. Evitar roles de mujeres en posiciones de asistencia o en las cuales se minimice el liderazgo femenino.
- Romper estereotipos visuales asociados al género como asignar el color rosado al género femenino y el azul al masculino, o asociar actividades de cuidado exclusivamente a las mujeres (pese a que ellas asumen el 70% de las labores del hogar, según datos de la Encuesta Nacional de uso del tiempo en el año 2019).

Sobre la accesibilidad a personas con discapacidad, en relación con el contenido. Deben atenderse las siguientes cuestiones:

- Utilizar descripciones de imágenes publicadas. Dado que las RRSS como Facebook e Instagram tienen habilitadas opciones para insertarlas, las personas con discapacidades



visuales tendrán acceso a la descripción a través de una tecnología de asistencia que leerá los caracteres a través de lectores de pantallas o línea o teclados Braille. La implementación de este recurso debe considerar lo siguiente:

- Contener información de la imagen de una manera objetiva, concisa e inequívoca, pero, sobre todo, funcional. Para ello hay que destacar lo importante de una imagen: qué desea transmitir o reforzar, cuál es su función y por qué se está publicando, evadiendo detalles innecesarios.
- No repetir el contenido textual circundante a la imagen como texto alternativo.
- No usar frases de referencia como “En esta imagen”, “En la siguiente figura”, pues eso le resta espacio a la descripción.
- No usar un nombre de archivo, texto duplicado o direcciones URL como texto alternativo, pues no son útiles para las personas usuarias de lectores de pantalla.
- No debe ser mayor que una o dos oraciones, es decir, no mayor a 140 caracteres incluyendo los espacios; si se requiere hacer una descripción extensa, debe implementar lo siguiente:

En el espacio de texto alternativo, además de la descripción breve de la imagen, indique que esta cuenta con una descripción detallada a continuación.

En el post que acompaña la imagen, incluya la descripción larga y nómbrelo como tal. Si se trata de una imagen con texto, es en este espacio en donde se transcribe esa información.

- Para precisar detalles debe utilizarse la guía de la norma técnica INTE/ISO/IEC TS 20071-11:2020 Tecnología de la información – Accesibilidad en componentes de interfaz de usuario – Parte 11: Guía sobre textos alternativos para imágenes.
- Para añadir texto alternativo a una imagen de Facebook (ver ilustraciones): una opción es que al subir la imagen desde la herramienta Meta Business Suite, en “crear publicación”, debajo del apartado que señala el contenido multimedia a divulgar, en la parte derecha de la imagen ya subida, salen 3 íconos; el que tiene forma de lápiz, debe tocarse, para que despliegue una ventana que dará la opción de “texto alternativo”, posterior a colocarlo se pulsa “aplicar” y ya queda colocada la descripción. Otra opción es que, publicada la imagen se debe



localizar en el *feed*, posicionarse sobre la imagen o dar clic derecho, “editar texto alternativo”, se coloca el mensaje y guardar. Ejemplo:

Paso 1: después de cargada la imagen se observa el ícono en forma de lápiz, ahí se da clic.



Parte 2: Se despliega una ventana con la opción, “texto alternativo”, donde se coloca la información.



- Para añadir texto alternativo a una imagen de Instagram(ver ilustraciones): una opción es que al subir la imagen desde la herramienta Meta Business Suite, en “crear publicación”, debajo del apartado que señala el contenido multimedia a divulgar, en la parte derecha de la imagen ya subida, salen 3 íconos; el que tiene forma de lápiz, debe tocarse, para que despliegue una ventana que dará la opción de “texto alternativo”, posterior a colocarlo se pulsa “aplicar” y ya queda colocada la descripción. Otra opción es que una vez que haya terminado de editar la imagen y de agregar filtros, presione "Configuración Avanzada", luego haga clic en "Escribir Texto Alternativo" y finalmente "Guardar"



Paso 1: después de cargar la imagen se observa el ícono en forma de lápiz, ahí se da clic



Paso 2: Se despliega una ventana con la opción, “texto alternativo”, donde se coloca la información.



- Otros aspectos por considerar son que los *gifs*, no son accesibles por si solos, hay que tratarlos como imágenes e incluirles la descripción; por otra parte, los *hashtag*, deben presentarse con la primera letra en mayúscula únicamente y lo de más en minúsculas.

Sobre la accesibilidad a personas con discapacidad, en relación con el lenguaje inclusivo.

Debe atenderse la cuestión (tomando como marco de consulta bibliográfica el manual denominado *Guía para el uso de un lenguaje inclusivo en discapacidad, elaborada por CONAPDIS*), de las referencias correctas e incorrectas a distintos actores conforme a los siguientes preceptos:

- Mención a una persona con discapacidad. *Términos incorrectos*: Niños especiales, Niños diferentes, Niños anormales, Discapacitado, Deficiente, Minusválido, Enfermo, Lisiado, sufre de..., padece de..., persona con capacidades especiales o diferentes, la familia “carga” con hijo con discapacidad. *Términos correctos*: Utilizar el nombre de la



persona, persona con discapacidad, Niñas, niños con discapacidad, adolescentes y jóvenes con discapacidad, estudiantes con discapacidad, madres y padres de estudiantes con discapacidad

- Mención a un centro educativo de educación especial. *Términos incorrectos:* Escuela para niños normales, Escuela o programa para niños especiales, Aula recurso, Aula diferenciada. *Términos correctos:* Utilizar el nombre del centro educativo, la escuela, el colegio, el centro o servicios educativos.
- Mención a parálisis cerebral. *Términos incorrectos:* Víctima de polio, sufre de parálisis, padece de invalidez, lisiado, paralítico, deforme, con un defecto de nacimiento, portador(a) de una discapacidad, mutilado o tullido. *Términos correctos:* El nombre de la persona, persona con discapacidad o Persona con parálisis cerebral, persona usuaria de silla de ruedas
- Mención a discapacidad visual. *Términos incorrectos:* El o la ciega, cieguito (ita), corto de vista, no vidente, invidente. *Términos correctos:* Nombre de la persona, persona con discapacidad o discapacidad visual, persona ciega o persona con baja visión.
- Mención a discapacidad intelectual. *Términos incorrectos:* Deficiente, especial. normal o anormal, mongolito, mongolo, retrasado mental, persona con retraso mental, retardo mental, persona con Síndrome de Down (no todas las personas con discapacidad intelectual poseen esta condición). *Términos correctos:* Nombre de la persona, persona con discapacidad o discapacidad intelectual o cognitiva, persona en situación de discapacidad.
- Mención a discapacidad psicosocial. *Términos incorrectos:* Discapacidad mental, esquizofrénico, mentalmente inestable, loco, trastornado, con enfermedad o enfermo mentales. *Términos correctos:* Nombre de la persona, persona con discapacidad, persona con discapacidad psicosocial o metal, persona en situación de discapacidad.
- Mención a discapacidad auditiva. *Término incorrecto:* Sordo o sordomudo. *Términos correctos:* Nombre de la persona, persona con discapacidad, persona con discapacidad auditiva o en la comunicación, persona en situación de discapacidad, persona sorda.

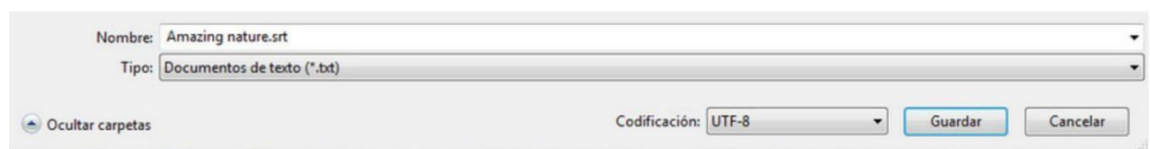
Sobre la accesibilidad a personas con discapacidad, en relación con el video. Deben atenderse las siguientes cuestiones:



- Uso de subtítulos: Es un requisito obligatorio en la producción de materiales audiovisuales elaborados por el MEP y se rige por la guía que ofrece la norma *INTE K7:2022 Subtitulado para personas sordas y personas con discapacidad auditiva*; asimismo, plataformas como YouTube y Facebook permiten agregar un archivo de subtítulos que pueda ser habilitado por las personas con algún tipo de discapacidad.

Para elaborar los subtítulos, es necesario:

- Generar un archivo en un editor de texto con transcripción literal de las palabras de los interlocutores del video.
- Guardar el documento en el formato .srt
- Cambiar el tipo de documento a .txt
- Modificar la codificación del documento a UTF-8
- En ambas plataformas cuando el video esté listo para cargarse, haga click en “Opciones” y, después, en “Editar Este Vídeo”, “Cargar Archivos SRT” y “Elegir Archivo”. Desde la herramienta Meta Business Suite, tanto para Facebook e Instagram, se permite agregar los subtítulos a los audiovisuales, tanto de manera predeterminada, como cargando el archivo de transcripción (.srt). En cualquiera de las 2 opciones, una vez subido el archivo, la misma plataforma en la segunda pantalla después de haber colocado el título y descripción del video, mostrará la opción para activar los subtítulos lo cual deberá estar activado de forma automática, aunque el video incluya los subtítulos.



- Interpretaciones en LESCO. La *Ley 9822, Reconocimiento y promoción de la lengua LESCO*, estipula su obligatoriedad particularmente en el caso de las transmisiones de un evento en vivo. Bajo ese condicionamiento, es necesario que:
 - la persona intérprete sea certificada e indicar, al inicio, que su rol es facilitar la comunicación a través del LESCO.
 - fondo en el cual se posicione la persona intérprete sea liso, que no genere ningún tipo de distracción a la audiencia.



- acatar lo establecido en la norma INTE K3:2022 Requisitos para el uso de la Lengua de Señas Costarricense (LESCO) en medios digitales.
- Uso de sonidos de fondo, narración descriptiva y audiodescripción. Para brindar información del entorno a las personas con discapacidad visual en videos cortos (menos de 3 min), es recomendable:
 - recurrir a sonidos de fondo, complementando con una narración descriptiva que permita brindar información de contexto. Para la introducción de audiodescripción en videos extensos el fundamento lo proporciona las especificaciones técnicas de la norma INTE/ISO/IEC TS 20071-21:2020 Tecnología de la información Accesibilidad en componentes de interfaz de usuarios – Parte 21: Guía sobre audiodescripciones
- Escritura de textos en tamaños legibles para toda la población. Esta legibilidad debe contemplar:
 - uso de una fuente clara y con un tamaño legible.
 - evitar el vaciado de texto claro sobre fondos oscuros o el uso de tonos brillantes para el texto.
- Uso de texto en lectura fácil. Trabajar el texto bajo la premisa de que este sea fácil de comprender independientemente de la capacidad de comprensión lectora de las personas perceptoras, es recomendable ajustarse a:
 - la norma INTE K17:2022 Guía en Lectura Fácil para personas validadoras de documentos.



Eje Interacción Digital con Público

Anexo 3. Protocolo sobre participación interactiva.

- **Causas para eliminación del perfil.** El MEP respeta la pluralidad de opiniones, pero no se hace responsable del contenido en los comentarios provenientes de las personas usuarias de la página. Se procederá a la remoción de un perfil a partir de aquellos comentarios que contemplen:
 - lenguaje o imágenes ofensivas.
 - insultos y declaraciones de odio a grupo de personas por motivos de raza, edad, estado civil, discapacidad física o mental, orientación sexual, ideología política o religión o cualquier otra circunstancia personal o social.
 - contenido de carácter sexual o que incluyan enlaces a contenido sexual.
 - información comercial o para atraer al público a sitios de terceros.
 - algún tipo de actividad ilegal o actos de agresión o en los cuales se ponga en riesgo los derechos y libertades de persona, especialmente si se trata de menores de edad.
- **Mensajería privada.** Las RRSS no tendrán la mensajería privada habilitada ya que el MEP cuenta con canales específicos para *"recibir, sistematizar y canalizar, hacia las instancias competentes del MEP, las consultas, inconformidades y denuncias que presentan los usuarios internos y externos de los servicios que ofrece el MEP, mediante los mecanismos de atención diseñados para tal fin, que incluyen la atención personalizada en la Contraloría de Servicios, las ventanillas de atención desconcentrada a partir de medios de comunicación virtual o electrónica."* (art. 28, inciso c, D.E. N° 38170-MEP).

Anexo 4. Protocolo sobre flujos de respuesta institucional.

- La presencia en RRSS implica un movimiento constante de contenido que responde tanto a la plataforma, como a su público meta por lo que es oportuno demarcar rangos



de frecuencias para facilitar una mayor interacción con las comunidades de usuarios, acorde con la siguiente recomendación

- Facebook: Mínimo sugerido: de 2 a 3 veces por semana/Ideal recomendado: todos los días, mínimo 1 vez al día
- Instagram: Mínimo sugerido: de 3 a 4 veces por semana/Ideal recomendado: todos los días, 1 vez al día
- Tiempo de respuesta a comentarios. El derecho de petición y pronta respuesta, estipulado en los artículos 27 y 32 de la Constitución Política y la Ley de la Jurisdicción Constitucional, respectivamente, obliga al funcionariado público a resolver solicitudes de las personas administradas en un lapso de 10 días hábiles a partir de la fecha de su presentación, intervalo que se homologa como plazo máximo aplicable para dar respuesta a una consulta realizada a través de RRSS; sin embargo, se sugiere dar respuesta a consultas a través de estos **canales en 24 horas.**

Anexo 5. Protocolo sobre formatos de configuración externa.

- Signos externos. La foto de perfil debe alinearse al logo oficial de MEP cuyo uso se efectúa en concordancia con el MIGI; la imagen de portada deberá estar asociada con temáticas de carácter educativo e incorporar el logo ministerial según lo definido por el manual citado.
- Distribución del contenido: se debe establecer una distribución que contemple todas las posibilidades de publicación de forma tal que se aumenten los niveles de interacción entre usuarios. Respecto a los espacios dentro de Facebook para distribuir el contenido, se deben contemplar los siguientes:
 - Sección de noticias (*feed*): Esta es una de las secciones con mayor interacción pues es lo primero que observa una persona usuaria cuando inicia sesión en Facebook o ingresa a la *fanpage*. Aquí aparecerán las publicaciones realizadas y en orden cronológico. Entre los formatos a considerar para esta sección se deben considerar: Imágenes/ Gifts/ Videos/ Infografías/ Memes / Dibujos/ Enlaces a sitios web Publicaciones de texto



- Facebook *Watch*: es la sección en donde se ubican los contenidos en vídeo publicados en Facebook, para este tipo de contenido cada usuario tiene un *feed* específico al ingresar en la sección. El sistema de distribución de contenido en Facebook prioriza el contenido original, por esa razón es preferible que los videos publicados sean grabados y editados por el MEP. En esta sección aparecen además los webinars y las Transmisiones en Vivo. Este tipo de contenido es recomendado, envía una alerta a los seguidores de la página respecto a la difusión en vivo del video.
- Historias: Las historias, tanto en Instagram como en Facebook tienen índices de visualización muy altos. Además, son recomendados para mejorar la distribución de contenido en Facebook. El uso de las historias para promocionar el contenido más reciente de la sección de noticias permite que más usuarios descubran esta información. Las historias en Facebook son uno de los distintos tipos de publicaciones a compartir con la audiencia. Su uso es sencillo: se sube una fotografía o vídeo, se puede poner una cita de otro usuario o página de Facebook, algún texto, etc... Las historias en Instagram llevan más tiempo disponibles que en Facebook y son muy populares. Su uso debe ser el mismo, pero al ser una red social de tanta creatividad y básicamente para compartir vídeos y fotos de consumo en la propia app, aquí se debe hacer un uso diferente. Menos serio, si se quiere, en el sentido de que se puede jugar a ser más creativos. Y con las historias destacadas en Instagram se pueden agruparlas y mantenerlas en el tiempo de forma permanente en la página principal.
- Hashtags. Se recomienda el uso de hashtags (#) para separar a través de palabras clave los contenidos de las publicaciones realizadas, así como las campañas. Los hashtags convierten cualquier palabra o grupo de palabras en un vínculo de búsqueda que organiza el contenido y permite dar seguimiento a temas en concreto, además de visualizar las publicaciones realizadas por otros usuarios respecto al tema contenido en el *hashtag*.



Eje Seguridad y Robustez de Plataforma Tecnológica

Anexo 6. Protocolo sobre previsiones para protección de privacidad de cuentas.

- Dispositivos. Es idóneo asignar a las personas que utilizan los perfiles de las RRSS dispositivos móviles como smartphones, debido a la calidad de captura de una imagen o video para ser subido a las plataformas con fines ilustrativos sobre temas educativos propios de la gestión de la DPRP. El dispositivo móvil (smartphones) permitirá realizar la autenticación, que se menciona más adelante, debido a que se utilizará el número institucional para su ligamen con la red social, evitando realizar este paso de autenticación con números de teléfono de las personas colaboradoras. Dado el compromiso de proporcionar lo mejor a los seguidores, es recomendable que los creadores de contenido y administradores de las redes sociales utilicen smartphones por cuanto este dispositivo es una herramienta que facilita la fluidez de la información por los diferentes canales de comunicación social.
- Sobre páginas y perfiles oficiales en redes sociales y medios digitales en Internet a nombre del Ministerio de Educación Pública, son únicamente las administradas por la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas (DPRP) o por las unidades que esta autorice bajo los términos de este marco regulatorio y que estarán listadas permanentemente en el portal oficial del MEP (www.mep.go.cr) o en cualquier otra plataforma que se defina.

Los perfiles oficiales primarios del MEP en redes sociales se detallan en los siguientes enlaces:

- <https://www.facebook.com/share/1Av4Dxto37/?mibextid=wwXlfr>
- https://www.instagram.com/mep_costarica_oficial?igsh=ODZtdXc0dWo0aXdu
- <https://www.tiktok.com/@educaciongob.cr? t=ZM-8xSHjDp04uL& r=1>

La DPRP cuenta con un grupo de profesionales que genera y gestiona los contenidos para las redes sociales primarias del MEP basado en las estrategias de comunicación vigentes y en la gestión de comunicación de la cartera ministerial. Todas las publicaciones que se realizan están validadas por estos profesionales y/o por las contrapartes técnicas.



La apertura y cierre de las cuentas, únicamente, la DPRP determinará tal autorización o denegación. En caso de la apertura de una cuenta se establecen una serie de requerimientos para los “Administradores de cuenta” según se detalla:

- Cada perfil social de la institución debe asociarse a un correo institucional correspondiente a la Dirección o dependencia a cargo de la cuenta
- Este correo institucional será el único usuario con permisos totales como administrador de la cuenta de la red social.
- Las contraseñas requeridas para el ingreso a través de este usuario serán administradas por la Dirección o jefatura de la dependencia, así como por la DPRP.
- El usuario administrador cederá permisos de editores a los perfiles o cuentas de las redes sociales que requieran ingreso al perfil de Facebook.
- La edición de las páginas se mantendrá a través de perfiles personales para garantizar que cada publicación pueda identificar a su autor, y además se pueda desligar a las cuentas de las personas que dejen de laborar para la dependencia correspondiente.
- La administración de las páginas o cuentas en redes sociales, al estar ligada a un correo institucional de la dependencia, así como a la figura de su dirección, no se verá afectada por algún contratiempo ante una eventual rotación o salida del personal responsable de la gestión de los canales.

Son justificaciones de cierre de cuentas oficiales, a través de la DPRP, las siguientes:

- La finalización de un proyecto específico asociado a una página en redes sociales.
- No disponer de la capacidad o talento humano-técnico para la administración de la página.
- Incumplimiento de objetivos de comunicación según lo determina la DPRP.
- Generación de autenticación en dos pasos, junto a la contraseña, introduciendo un código de inicio de sesión especial o de confirmación para recibir alertas cada vez que se intente acceder a la cuenta de RRSS desde un navegador o un dispositivo móvil no reconocido. En cada plataforma opera similar, con algún matiz diferente:



Facebook

- Acceder a la configuración de Seguridad e inicio de sesión.
- Desplazarse hacia abajo hasta Usar la autenticación en dos pasos y dar clic en Editar.
- Elegir el método de seguridad que se quiere añadir según las instrucciones que aparecen en pantalla. Se puede elegir entre 3 métodos de seguridad: tocar llave de seguridad en un dispositivo compatible/ usar los códigos de inicio de sesión de una aplicación de autenticación de terceros/utilizar los códigos de mensajes de texto (SMS) del teléfono móvil.
- Luego de activada la autenticación en 2 pasos, se reciben 10 códigos de recuperación de inicio de sesión para utilizarlos cuando no se disponga de un teléfono.

Instagram

- Se desplaza al perfil tocando el ícono de la esquina inferior derecha; luego toca el icono de las 3 franjas en la parte superior derecha y elige Configuración, y luego Seguridad: en este apartado se desplegará varias opciones y se debe seleccionar Autenticación en dos pasos.
- A continuación, se puede elegir dentro de 3 opciones de método de autenticación, el que se prefiera:
 - Autenticación en 2 pasos > Mensaje de texto. Instagram enviará un código de 6 dígitos en un texto que deberá ingresar en la aplicación. Hay que garantizar el respaldo del código de recuperación en un lugar seguro (se va a necesitar si se pierde el acceso al número telefónico que se está usando).
 - Autenticación en 2 pasos > App de autenticación > Instalar app. Se tiene que instalar una de estas aplicaciones en el teléfono. Si aún no se tiene, se puede pulsar Instalar *app* y después de seguir las instrucciones, se ingresa el código que generó la nueva aplicación en el Instagram. Hay



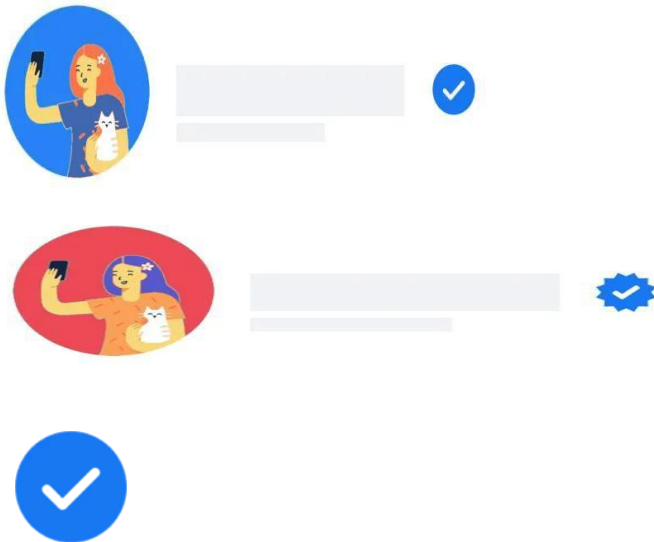
que garantizar el respaldo del código de recuperación en un lugar seguro, porque se va a necesitar cada vez que se entres en esa cuenta.

- Autenticación en 2 pasos > *App* de autenticación > Configurar manualmente. Si ya se tiene una aplicación de autenticación, se selecciona Configurar manualmente, y luego introducir la clave generada desde Instagram en tu aplicación de autenticación. Entonces recibirá un código de 6 dígitos que será necesario ingresar en Instagram.
- Insignias de Verificación de cuentas. En Facebook (figura 1) e Instagram (figura 2), tales insignias se muestran junto al nombre de la página o la cuenta, también en las búsquedas; su utilidad estriba en que corroboran que una determinada cuenta es una constitución genuina del creador, personaje público, persona famosa o marca global que representa y, además, propician una búsqueda más ágil de las cuentas que interesa seguir. El equipo de verificación de DPRP examina a fondo todas las solicitudes y basa las revisiones que lleva a cabo en una serie de aspectos concretos a fin de determinar si una cuenta cumple los requisitos para optar a recibir una insignia verificada azul (Facebook) para lo cual deben ceñirse a las condiciones del servicio y seguir las normas comunitarias; adicionalmente, deben tener una foto del perfil y de portada y un nombre que cumpla las normas MEP al respecto. Por su parte, las cuentas de Instagram deben seguir las condiciones del servicio y las normas comunitarias. En forma agregada, las cuentas deben cumplir estos criterios:
 - Ser auténtica. Cuenta debe representar a una persona real, una empresa registrada o una entidad.
 - Ser completa. Cuenta debe ser pública e incluir una presentación, una foto del perfil y al menos una publicación; perfil no puede contener enlaces del tipo “Añádeme” que dirijan a otros servicios de medios sociales.
 - Ser única. Cuenta debe constituir una presencia única de la entidad que representa. Normalmente, solo se puede verificar una cuenta por entidad, con excepciones en los casos de cuentas en idiomas específicos. No se verifican cuentas de interés general (por ejemplo, memes de perritos).



- Ser relevante. Cuenta debe representar a una persona, marca o entidad conocida y que se busque mucho. Se revisan las cuentas que aparecen en varias fuentes de noticias; sin tener en cuenta el contenido promocionado o de pago.

Figuras 1 y 2



Anexo 7. Protocolo sobre previsiones para protección de datos personales.

El deber de cuidado respecto a la protección de datos personales tutelado en la Ley N° 8968, Ley de Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales y su Reglamento, D.E. N° 37554-JP, pretende evitar el menoscabo o perjuicios a derechos, lo que implica que el responsable deberá establecer y mantener las medidas de seguridad de carácter administrativo, físico y técnico que permitan protegerlos contra alguna afectación de daño, pérdida, alteración, destrucción o su uso, acceso o tratamiento no autorizado, partiendo de garantizar la prevalencia de 3 pilares fundamentales: **Confidencialidad** (para la persona correcta), **Integridad** (información correcta) y, **Disponibilidad** (en el momento correcto). Parte de esas medidas regulatorias comprenden:

- *Principio de autodeterminación informativa.* El MEP, sus dependencias y funcionarios deben especificar al usuario o encargado legal el tipo de información que se recopila y su destino, según disposiciones vigentes entre estos datos es posible detallar datos personales de acceso irrestricto, datos personales de acceso restringido y datos



sensibles. La recopilación de información asociada a datos personales de acceso restringido y datos sensibles, en atención al artículo 8 incisos e) y f) de la Ley N° 8968, se encuentra autorizada al MEP, con el fin de garantizar la adecuada prestación de servicio público de educación y la eficaz actividad ordinaria de la Administración; no obstante, esta atribución no es libre y la información solicitada debe ser adecuada a los fines para los que fue recolectada, los cuales deben ser determinados, explícitos y legítimos. Adicionalmente, los datos no deberán ser tratados posteriormente de manera incompatible con los motivos con que se recabaron; sin embargo, es posible usarlos para fines históricos, estadísticos o científicos, siempre que se establezcan las garantías oportunas para salvaguardar los derechos implicados.

- *Principio de protección de datos en relación con las personas usuarias de la red.* No procede recopilar información de los usuarios a través de RRSS para registrarlos en bases de datos propias ni otorgar o solicitar la publicación de datos personales o sensibles de personas usuarias, referentes a- sin que sea este un desglose limitante-, los números de identificación, números telefónicos, números de placas de vehículos, direcciones físicas o electrónicas, origen racial o étnico, las opiniones políticas, las convicciones religiosas, espirituales o filosóficas, así como los datos relativos a la salud, la vida y la orientación sexual, entre otros; incluyendo la publicación de fotografías que contienen estos datos. Debe procederse a la limitación de divulgación de imágenes en los comentarios después de una publicación según la configuración que brinde la plataforma social, para evitar la divulgación de imágenes o vídeos sin el consentimiento de terceros afectados.
- *Principio de protección para el uso de datos sensibles de las personas menores de edad.* La niñez representa en sí una población en condición vulnerable, pero tampoco se utilizarán sus datos para hacer público si existe otra condición de vulnerabilidad que les caracterice, por ejemplo, pobreza extrema o situaciones de violencia; se debe evitar la utilización del nombre completo, y cualquier tipo de información sensible o que los haga identificables y ubicables, como el nombre de su escuela, direcciones o letreros sobre lugares donde los menores pasan tiempo considerable. Para el uso de imágenes, declaraciones, reproducciones de la voz o cualquier tipo de representación de una persona menor de edad, incluido su nombre y sus datos, se debe contar con el permiso



expreso del padre, la madre o persona responsable legalmente de la persona menor de edad, (ver anexo de Consentimiento de uso de imagen de persona menor de edad); las fotografías en centros educativos deben contar con un consentimiento por escrito de la persona a cargo de la Dirección, anuencia que permitirá la toma de imágenes abiertas y generales del colectivo de estudiantes; para tomas cerradas o que requieran la participación de un estudiante en particular, se debe contar con el documento de Consentimiento de uso de imagen de persona menor de edad, antes citado. Todas estas consideraciones son aplicables tanto para las publicaciones en redes sociales y medios asociados al MEP, así como para la autorización de los registros de medios de comunicación. Los contenidos generados por otros medios que no cumplan con las anteriores condiciones descritas no serán republicados.

- *Derechos de las personas interesadas.* El MEP garantiza a todos los titulares de datos personales que se trataran en campañas de comunicación, reportajes y otros materiales comunicativos, que se encontrarán almacenados en bases de datos institucionales, que pueden ejercer sus derechos de acceso, rectificación, modificación, revocación o eliminación de datos personales, de conformidad con lo que establece la Ley 8968 en sus artículos 7 y 18 de su Reglamento, mediante un procedimiento sencillo y eficaz, y en el inciso d, artículo 32, De los protocolos mínimos de actuación, del Capítulo IV, Del Tratamiento de los Datos Personales y las Medidas de Seguridad: *“Instaurar procedimientos ágiles, expeditos y gratuitos para recibir y responder dudas y quejas de los titulares de los datos personales o sus representantes, así como para acceder, rectificar, modificar, bloquear o suprimir la información contenida en la base de datos y revocar su consentimiento”*, derechos que podrán ejercer los titulares de los datos personales in situ de las oficinas MEP, y en el caso de las personas menores de edad por medio de sus padres o representantes, en el momento en que lo consideren pertinente ante DPRP o sus canales electrónicos de atención
- *Veracidad, Exactitud, Actualidad y Adecuación al fin de los Datos.* El MEP se compromete, de conformidad con la Ley N° 8968, a que todos los datos personales de los titulares siempre sean exactos, actuales, veraces y adecuados al fin; dentro de las políticas internas se establecerá y comunicará a los titulares de datos personales su obligación de notificar los cambios o modificaciones que se den con respecto a sus



datos, por lo que, si algún titular incumple con esta obligación, esto será una eximente para el responsable de la base de datos, de mantener la información exacta, actual, veraz y adecuada al fin.



Eje Sincronía con Estrategia Corporativa de Comunicación

Anexo 8. Protocolo sobre monitoreo y realimentación.

- En la constatación de indicadores de medición y evaluativos de RRSS existen herramientas de solución integral para administrar las publicaciones en Facebook e Instagram por medio de, Meta Business Suite, que permite obtener datos estadísticos del alcance, interacción, audiencia y otros. De manera periódica, según el plazo que se delimite cada persona administradora de RRSS puede realizar un informe detallado de aspectos como los siguientes:
 - **Número de seguidores:** indica el número de personas que pueden ver las actualizaciones y las publicaciones de la página en el *feed*.
 - **Alcance:** Número de cuentas del Centro de cuentas que han visto nuestros anuncios al menos 1 vez; es diferente de las impresiones, ya que estas pueden incluir a cuentas del Centro que han visto los anuncios varias veces.
 - **Impresiones:** Número de veces que los anuncios se han mostrado en la pantalla.
 - **Interacciones:** Es el número total de acciones que las personas han llevado a cabo en relación con los anuncios en Facebook.
 - **Comentarios** positivos o negativos a las publicaciones realizados por parte de los seguidores, en el período analizado.
 - Listado de 10 post con mayor alcance y 10 post con menor alcance.
- Consultas de la comunidad educativa
 - La DPRP realizará un monitoreo de las consultas que realicen los usuarios de las redes sociales y generará un banco de preguntas y respuestas frecuentes que servirá de insumo para dar respuesta a las preguntas que manifiesten los usuarios.

Anexo 9. Protocolo programáticos.

La dinámica para detectar información de interés está ligada a la canalización de información a la DPRP a través de la Red de administradores de contenido de las redes sociales Según lo establece el D.E. N° 38170-MEP, la DPRP tendrá a su cargo la elaboración de un Plan de Comunicación que contemple al menos:



- Objetivos de comunicación
- Plan de contenidos
- Momentos de publicación
- Públicos meta de la publicación
- Distribución de mensajes según las redes sociales de la red que correspondan

Este plan de contenido tendrá la periodicidad que establezca la DPRP para atender a los objetivos de comunicación.



Eje Monitoreo y Gestión de Crisis y Riesgos

Anexo 10. Protocolo sobre resolución y comunicación de crisis.

La atención de situaciones de esta índole en RRSS, amerita una intervención decidida que conlleva el siguiente protocolo:

- Las personas administradoras de RRSS deberán informar inmediatamente a la DPRP sobre cualquier incidente detectado que se produzca en su ámbito de actuación.
- Esta detección puede llegar por una queja, una denuncia, una publicación de un medio de comunicación, la llamada de atención de un ente de control o cualquier otra circunstancia que se refiera a hechos que se salen de la normalidad y que amenazan la integridad de la imagen del MEP.
- La DPRP conformará un Comité de Gestión de la Comunicación en Situación de Crisis que se componga al menos de:
 - Persona representante de la DPRP (idealmente su Dirección).
 - Titular de la dependencia o dependencias involucradas en la crisis.
 - Persona a cargo de la administración de RRSS involucradas.
- Los miembros de dicho comité tendrán la labor de analizar, evaluar y tomar las primeras decisiones del caso correspondiente, basados en los acontecimientos de las últimas horas. Entre esas decisiones debe efectuar una categorización de la crisis, considerando su naturaleza y grado de difusión, para tomar las medidas necesarias con el propósito de afrontarla y generar alternativas de solución; asimismo debe activar e intensificar el seguimiento y monitoreo de la situación, tanto en las fuentes de origen de la información como en los medios de comunicación.